

## BAB III

### TARGET KONSUMEN: SEGMENTASI, PROFIL

Dari hasil studi riset yang dilakukan, maka tim Ramuin menemukan segmentasi dan profil konsumen sebagai berikut:

#### 3.1 Segmentasi



Gambar 3. 1 Segmentasi Konsumen  
Sumber : data konsumen Ramuin

#### 3.2 Target Konsumen

Dari segmentasi di atas, dapat ditentukan 3 target konsumen utama Ramuin yaitu wanita karier (50%), komunitas sadar sehat (30%), dan kaum muda (20%).

- **Wanita Karier (50%)**



Gambar 3. 2 Ilustrasi Wanita Karier  
Sumber : Google.com

Target konsumen utama Ramuin merupakan wanita karier yang memiliki kebiasaan mengonsumsi teh atau kopi sebelum berangkat kerja, Ramuin memiliki tujuan untuk dapat menggantikan kebiasaan minum teh atau kopi ini dengan menyediakan produk minuman tradisional yang berkhasiat terhadap tubuh dan aman untuk dikonsumsi setiap hari. Di sisi lain, wanita yang bekerja sering kali mengonsumsi minuman beraneka rasa untuk menyenangkan hati atau untuk *refreshing* sejenak dari rutinitas sehari-hari.

- **Komunitas Sadar Sehat (30%)**



Gambar 3. 3 Ilustrasi Komunitas Sadar Sehat  
Sumber : Google.com

Komunitas sadar sehat memiliki sebuah komitmen untuk memulai menjaga kesehatan baik secara jasmani dan rohani. Pendekatan kesehatan yang dilakukan oleh komunitas ini lebih kepada olahraga atau pendekatan alternatif secara herbal. Produk Ramuin sangat tepat untuk komunitas ini dikarenakan produk yang ditawarkan merupakan produk yang berkhasiat dan menyegarkan, serta menggunakan bahan-bahan alami yang berkualitas, tanpa adanya pengawet,

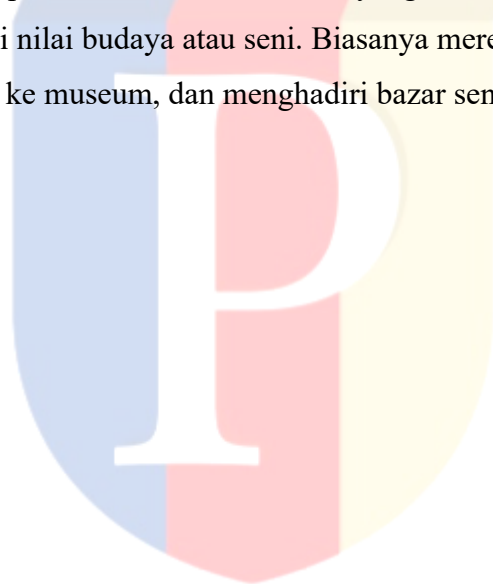
pemanis dan pewarna buatan. Ramuin sangat cocok untuk mereka yang sedang merintis perjalanan hidup sehat mereka.

- **Kaum Muda (20%)**



Gambar 3. 4 Ilustrasi Kaum Muda  
Sumber : Google.com

Kaum muda merupakan anak muda modern yang memandang lebih terhadap produk yang memiliki nilai budaya atau seni. Biasanya mereka menyukai kegiatan fotografi, berkunjung ke museum, dan menghadiri bazar seni.



## BAB IV SOLUSI: INFORMASI DETAIL PRODUK

### 4.1 Konsep Bisnis & Spesifikasi Produk

Untuk menjelaskan konsep bisnis Ramuin, salah satu model yang digunakan merupakan *Business Model Canvas* yang meliputi *Key Partners*, *Key Activities*, *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Customer Segmentation*, *Key Resources*, *Channels*, *Cost Structure*, *Revenue Streams*.


#### 4.1.1 Key Partners

Berikut merupakan beberapa pihak yang merupakan *partner* kerja sama dari Ramuin.

##### 1. Penyedia bahan baku

Berikut merupakan beberapa perusahaan penyedia bahan baku yang menjadi *partner* Ramuin.

Tabel 4. 1 Penyedia Bahan Baku

No.	Nama Perusahaan	Penjelasan
1.	PT. Sumber Roso Agromakmur 	<ul style="list-style-type: none"><li>• PT. Sumber Roso Agromakmur berperan sebagai penyedia bahan baku Ramuin.</li><li>• PT. Sumber Roso Agromakmur sebagai penyedia bahan baku menyediakan kualitas bahan baku yang baik, harga bahan yang ekonomis, serta aksesibilitas yang mudah dan terjangkau.</li><li>• PT. Sumber Roso Agromakmur telah beroperasi di berbagai</li></ul>

		daerah di Indonesia, salah satunya yakni di Jakarta Utara. Produk yang dijual sangat beragam dan tersedia dalam jumlah besar maupun ritel.
2.	<p>PT. Kino Indonesia Tbk.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PT. Kino Indonesia Tbk. merupakan penyedia jus murni yang dibutuhkan Ramuin sebagai salah satu bahan dasar produk <i>fusion</i>.</li> <li>• Pada tahun 2017, Kino dan Malee Capital Company Limited mendirikan perusahaan patungan dengan nama PT. Kino Malee Trading. Bisnis PT. Kino Malee Trading bergerak dalam bidang minuman siap saji. Harga dari produk yang ditawarkan perusahaan ini sangatlah kompetitif dan sesuai dengan anggaran finansial produk Ramuin.</li> </ul>

Sumber : dokumen pribadi

## 2. Penyedia kemasan

Berikut merupakan beberapa perusahaan penyedia kemasan yang merupakan *partner* Ramuin.

Tabel 4. 2 Penyedia Kemasan

No.	Nama Perusahaan	Penjelasan
1.	Kesan Kemasan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesan Kemasan berperan sebagai penyedia kemasan</li> </ul>

		<p>produk <i>cup-on-the-go</i> dan kemasan saset.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesan Kemasan menyediakan jasa desain dan produksi kemasan makanan atau minuman seperti gelas kertas dan kemasan saset. Perusahaan ini menyediakan kemasan dan hasil percetakan yang berkualitas baik dengan harga yang terjangkau. Selain itu, pilihan produk yang beragam dan aksesibilitas yang mudah juga menjadi pertimbangan Ramuin dalam memilih perusahaan ini.</li> </ul>
2.	<p>Glassbottle.id</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Glassbottle berperan sebagai penyedia botol 250 ml untuk produk minuman tradisional <i>fusion</i>.</li> <li>• Glassbottle merupakan perusahaan yang menyediakan berbagai jenis dan ukuran botol kaca. Glassbottle telah memiliki berbagai cabang di Jakarta. Pertimbangan Ramuin dalam memilih Glassbottle adalah karena harga produk yang relatif terjangkau, aksesibilitas yang mudah</li> </ul>

		serta kualitas botol yang baik dan berkualitas.
--	--	---

Sumber : dokumen pribadi

### 3. Penyedia Percetakan

Berikut merupakan perusahaan penyedia percetakan yang menjadi *partner* Ramuin.

Tabel 4. 3 Penyedia Percetakan


No.	Nama Perusahaan	Penjelasan
1.	<p>Surya Digital Printing</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surya Digital Printing berperan sebagai penyedia percetakan untuk melakukan pencetakan terhadap berkas-berkas dan kebutuhan pemasaran (seperti poster, <i>flyer</i>, <i>banner</i>, dsb).</li> <li>• Surya Digital Printing sudah beroperasi sejak tahun 1978 dengan harga produksi yang ekonomis, dan sistem perbelanjaan yang fleksibel. Hal ini memudahkan Ramuin untuk melakukan pencetakan serta memberikan permintaan spesifik.</li> </ul>

Sumber : dokumen pribadi

#### 4. Penyedia Layanan Konsumen

Berikut merupakan perusahaan penyedia layanan konsumen yang menjadi *partner* Ramuin.

Tabel 4. 4 Penyedia Layanan Konsumen

No.	Nama Perusahaan	Penjelasan
1.	TADA  	<ul style="list-style-type: none"><li>• TADA merupakan perusahaan yang membantu para pebisnis dalam menciptakan sebuah sistem yang dapat digunakan oleh konsumen.</li><li>• Pertimbangan kerja sama dengan TADA dikarenakan TADA sudah bekerja sama dengan berbagai perusahaan besar di berbagai industri mulai dari <i>consumer goods</i>, perbankan, kesehatan serta <i>food and beverage</i>. Selain itu, aplikasi TADA pada Google Play Store sudah diunduh lebih dari 500.000 kali dan memiliki penilaian 4,7 dari skala 5. Aplikasi TADA juga menyediakan layanan berlangganan untuk pelanggan secara otomatis, pengumpulan poin dan hadiah, serta adanya sistem <i>referral</i> dan <i>reseller</i> bagi para pengguna.</li></ul>




		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dari segi sistem, TADA menyediakan data analisis pelanggan, mulai dari data transaksi, demografis pelanggan serta data konsumen.</li> </ul>
--	--	--


Sumber : dokumen pribadi

## 5. Penyedia Mesin Produksi

Berikut merupakan beberapa perusahaan penyedia mesin produksi yang menjadi *partner* Ramuin.

Tabel 4. 5 Penyedia Mesin Produksi

No.	Nama Perusahaan	Penjelasan
1.	<p>Maksindo</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maksindo adalah perusahaan penyedia mesin-mesin produksi makanan serta minuman dengan skala produksi menengah ke atas.</li> <li>• Maksindo sudah berdiri sejak 2004 dan kini sudah mempunyai 15 cabang tersebar di seluruh Indonesia. Pertimbangan Ramuin dalam memiliki Maksindo terdapat pada segi harga yang kompetitif, ketersediaan mesin yang relatif lengkap serta pusat servis yang dekat dengan tempat produksi Ramuin.</li> </ul>
2.	PT. Rokindo Jaya Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PT. Rokindo Jaya Mandiri adalah perusahaan teknik yang bergerak di bidang</li> </ul>

		<p><i>refrigeration system</i> dan <i>industrial automation</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertimbangan utama Ramuin dalam memilih PT. Rokindo Jaya Mandiri adalah karena harga yang kompetitif, produk yang berkualitas serta <i>customer service</i> yang diberikan. PT. Rokindo Jaya Mandiri dapat membuat sistem <i>cold storage</i> sesuai dengan kebutuhan usaha Ramuin. Dimulai dari segi konsultasi, desain, instalasi dan <i>engineering</i>.</li> </ul>
--	---	--

Sumber : dokumen pribadi

## 6. Agen Distribusi

Berikut merupakan beberapa agen distribusi yang turut memudahkan kegiatan distribusi dan aksesibilitas produk Ramuin.

Tabel 4. 6 Agen Distribusi

No.	Nama Perusahaan	Penjelasan
1.	<p>GoFood</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GoFood merupakan salah satu fitur unggulan GOJEK (aplikasi penyedia layanan) yang menyediakan jasa pemesanan makanan dan minuman. Para konsumen dapat langsung memesan produk dengan instan melalui fitur GoFood pada aplikasi GOJEK.</li> </ul>




		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerja sama Ramuin dengan GoFood dapat memudahkan distribusi serta pengiriman produk Ramuin kepada target konsumen yang berdomisili di Jakarta.</li> </ul>
2.	<p>GrabFood</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GrabFood merupakan salah satu fitur unggulan Grab (aplikasi penyedia layanan) yang menyediakan jasa pemesanan makanan dan minuman. Para konsumen dapat langsung memesan produk dengan instan melalui fitur GrabFood pada aplikasi Grab.</li> <li>• Kerja sama Ramuin dengan GrabFood dapat memudahkan distribusi serta pengiriman produk Ramuin kepada target konsumen yang berdomisili di Jakarta.</li> </ul>

Sumber : dokumen pribadi

## 7. E-Commerce

Untuk meningkatkan *traffic* penjualan dan *exposure* dari Ramuin, bisnis ini bekerja sama dengan Shopee dan Tokopedia.

Tabel 4. 7 E-Commerce

No.	Nama Perusahaan	Penjelasan
1.	<p>Shopee</p>  	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sebagai sebuah <i>marketplace</i> untuk meningkatkan <i>traffic</i> dari calon konsumen Ramuin.</li><li>• Untuk memudahkan proses pemesanan bagi para konsumen.</li><li>• Untuk memudahkan proses pendataan pesanan Ramuin.</li><li>• Pertimbangan menggunakan Shopee adalah karena <i>market share</i>-nya yang sejak 2 tahun terakhir (2018-2019) merupakan yang terbesar di Indonesia, dengan pertumbuhan bisnis yang pesat. Selain itu, kemudahan pengoperasian dan pembagian hasil juga menjadi pertimbangan besar bagi Ramuin.</li></ul>
2.	<p>Tokopedia</p>  <p>tokopedia</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sebagai sebuah <i>marketplace</i> untuk meningkatkan <i>traffic</i> dari calon konsumen Ramuin.</li></ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk memudahkan proses pemesanan bagi para konsumen.</li> <li>• Untuk memudahkan proses pendataan pesanan Ramuin.</li> <li>• Pertimbangan menggunakan Tokopedia adalah karena pengunjung web bulanan Tokopedia pada kuartal ketiga tahun 2020 sebanyak 84,997,100. Hal ini menjadikan Tokopedia sebagai <i>E-Commerce</i> terbesar kedua di Indonesia.</li> </ul>
--	--	---

Sumber : dokumen pribadi

#### 4.1.2 Key Activities

Kegiatan utama Ramuin sebagai sebuah bisnis adalah sebagai berikut:

- **Kegiatan penjualan**

Sebagai sebuah bisnis, Ramuin melakukan kegiatan penjualan untuk para konsumen agar dapat memesan produk yang tersedia. Penjualan dilakukan secara langsung di dua outlet Ramuin yaitu di Kawasan Bandengan (sekaligus merupakan *central kitchen*) dan *booth* Ramuin di Astha Sudirman.

- **Kegiatan produksi**

Bisnis ini terfokus pada kegiatan produksi untuk 3 jenis produk, yakni dalam bentuk botol, saset, dan kemasan gelas.

- **Kegiatan distribusi**

Untuk meningkatkan penjualan, Ramuin juga melakukan distribusi produk melalui 3 cara yaitu distribusi pada outlet Ramuin, distribusi pada agen distribusi (GoFood dan GrabFood) serta distribusi pada *e-commerce* (Shopee dan Tokopedia).

- **Kegiatan *branding* perusahaan**

Untuk mempertahankan eksistensi dan nama baik perusahaan, Ramuin memfokuskan *branding* perusahaan melalui media sosial, akun *e-commerce*, dan melalui hubungan dengan para konsumen.

#### 4.1.3 *Value Proposition*

- **Alami tetapi praktis**

Sering kali produk yang menggunakan bahan alami harus diolah kembali, atau tidak tahan lama. Akan tetapi, Ramuin berinovasi menggunakan bahan-bahan yang 100% alami dan tidak menggunakan bahan aditif (tanpa pewarna serta tanpa pemanis buatan) yang dapat tinggal diseduh dan langsung dikonsumsi. Hal ini merupakan solusi bagi kesulitan para konsumen untuk dapat mengonsumsi minuman tradisional alami secara praktis.

- **Minuman tradisional yang dikemas dalam bentuk kantong saset**

Keunikan utama Ramuin terdapat pada cara penyajian produknya, yakni menyeduh minuman tradisional dengan cara yang sama seperti menyeduh teh. Kantong saset yang berisikan rempah-rempah berkualitas yang natural dan tidak melalui proses produksi yang panjang seperti produk bubuk yang biasanya sudah dicampur dengan gula tambahan, pengawet serta bahan-bahan lainnya yang membuat produk tidak lagi alami dan berkhasiat.

- **Minuman tradisional modern**

Ramuin menyediakan produk minuman tradisional *fusion* yang menggabungkan rasa tradisional dari rempah-rempah dengan kombinasi rasa buah yang modern dan lebih disukai oleh generasi *milenial* dan anak muda.

#### 4.1.4 Customer Relationship

- **Interaksi media sosial**



Gambar 4. 1 Interaksi Media Sosial Ramuin  
Sumber : dokumen pribadi

Ramuin melakukan interaksi kepada para konsumen melalui Instagram, Facebook, Shopee, Tokopedia dan WhatsApp Business. Kelima aplikasi tersebut memiliki tujuan yang berbeda-beda. Instagram dan Facebook diperuntukkan untuk memberikan informasi seputar produk Ramuin serta berinteraksi dengan para konsumen melalui Instagram *story* ataupun Facebook *story*. Shopee dan Tokopedia diperuntukkan untuk meningkatkan *traffic* dan *exposure* dari calon konsumen Ramuin dan mempermudah aksesibilitas bagi konsumen yang berada di luar Jakarta. Selanjutnya, WhatsApp Business ditujukan untuk melakukan layanan konsumen setelah pembeli membeli produk (melayani komplain serta menjawab pertanyaan dari para konsumen).

- **Produk musiman**

Mengikuti tren pada bulan dan musim tertentu, Ramuin memberikan promosi dan produk spesial sesuai dengan tren yang berlaku.

- **Endorse berbayar**



Gambar 4. 2 Ilustrasi *Endorse* Berbayar  
 Sumber : Instagram.com (gisel\_la)

Salah satu metode yang paling efektif untuk meningkatkan *exposure* dari produk bisnis Ramuin adalah melalui *endorse* berbayar dengan *influencer* media sosial. Pemilihan *influencer* ini dipilih berdasarkan *image* dan karakteristik yang disesuaikan dengan produk dan target konsumen Ramuin.

#### 4.1.5 Customer Segmentation

- **Businesswoman (50%)**

Ramuin menargetkan *businesswoman* atau wanita karier yang memiliki kebiasaan untuk mengonsumsi teh atau kopi sebelum memulai kerja sebagai konsumen utama. Ramuin sendiri memiliki tujuan untuk menggantikan kebiasaan minum teh atau kopi dengan meminum minuman tradisional yang terbukti lebih aman dan berkhasiat untuk dikonsumsi setiap hari.

- **Komunitas sadar sehat (30%)**

Target konsumen kedua terbesar berasal dari komunitas sadar sehat dimana konsumen ini memiliki sebuah pandangan untuk menghargai kesehatan baik secara jasmani maupun rohani dan biasanya konsumen ini lebih menghargai hal-hal yang berbau alami, tanpa ada pengawet, sehingga produk yang Ramuin tawarkan sesuai dengan permintaan dan minat mereka.



- **Kaum muda (20%)**

Target konsumen yang selanjutnya berasal dari kaum muda dimana tipe konsumen ini biasanya suka dengan hal-hal yang berkaitan dengan budaya dan seni. Ramuin sendiri juga menawarkan produk-produk yang turut mempromosikan budaya Indonesia (penggunaan rempah-rempah herbal khas Indonesia).

#### 4.1.6 Key Resources

Untuk membantu kegiatan operasional bisnis ini, Ramuin membutuhkan sumber daya berupa



Gambar 4. 3 Sumber Daya Ramuin  
Sumber : dokumen pribadi

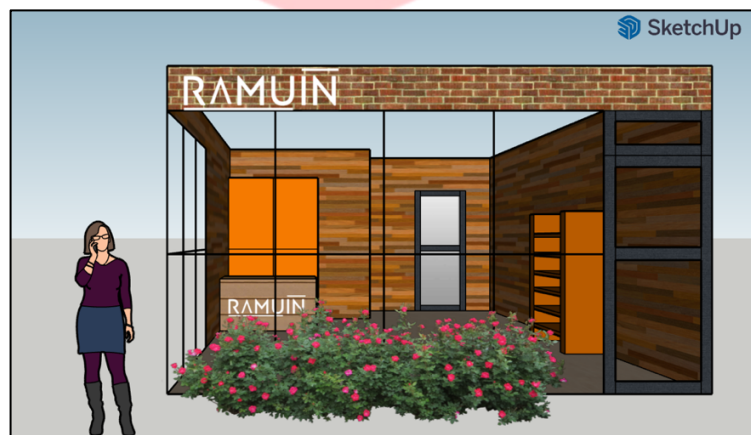
#### 4.1.7 Channels



Gambar 4. 4 Channels  
Sumber : dokumen pribadi

- **Toko Ramuin**

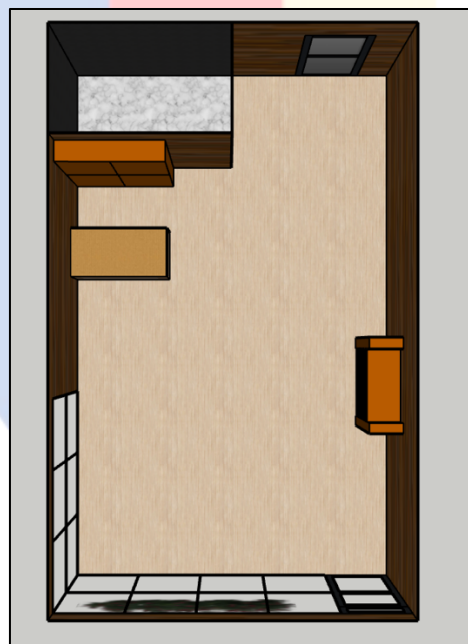
Ramuin akan membuka toko pertama di DKI Jakarta. Toko ini akan berupa sebuah loket kecil yang menjajakan produk Ramuin. Penjualan melalui toko bertujuan untuk meningkatkan penjualan secara langsung dan meningkatkan *exposure* Ramuin di dalam pasar konsumen di Jakarta. Toko Ramuin akan berlokasi di Kawasan Bandengan dan di Ashta District Sudirman.



Gambar 4. 5 Ilustrasi 3 Dimensi *Outlet* Ramuin di Bandengan  
Sumber : dokumen pribadi



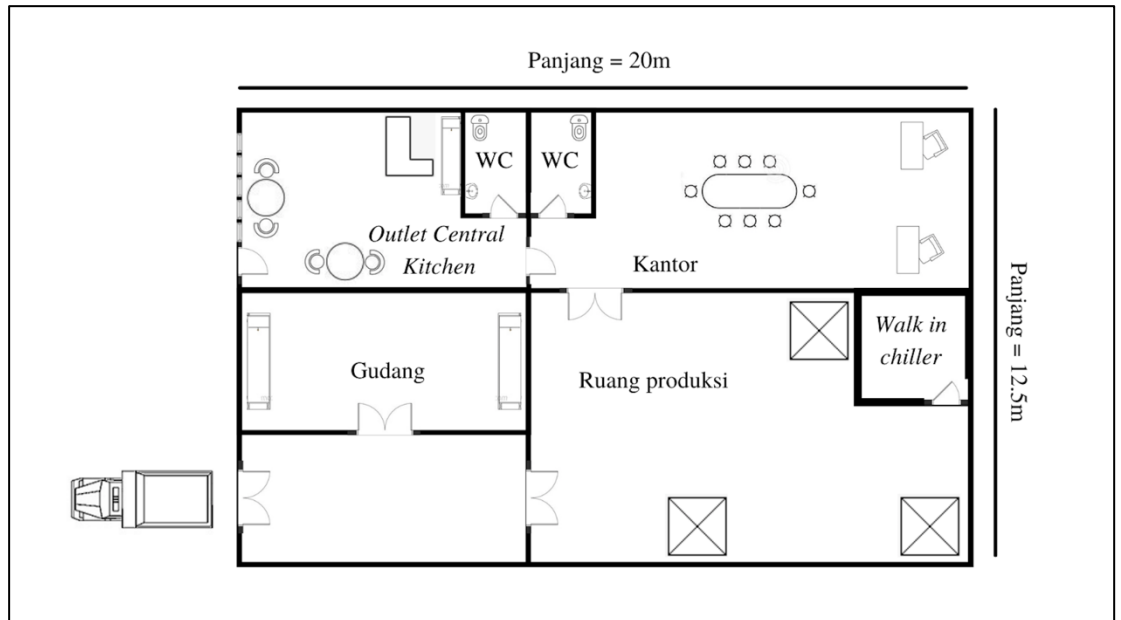
Gambar 4. 6 Ilustrasi 3 Dimensi *Outlet* Bandengan Tampak Samping  
 Sumber : dokumen pribadi



Gambar 4. 7 Ilustrasi 3 Dimensi *Outlet* Bandengan Tampak Atas  
 Sumber : dokumen pribadi

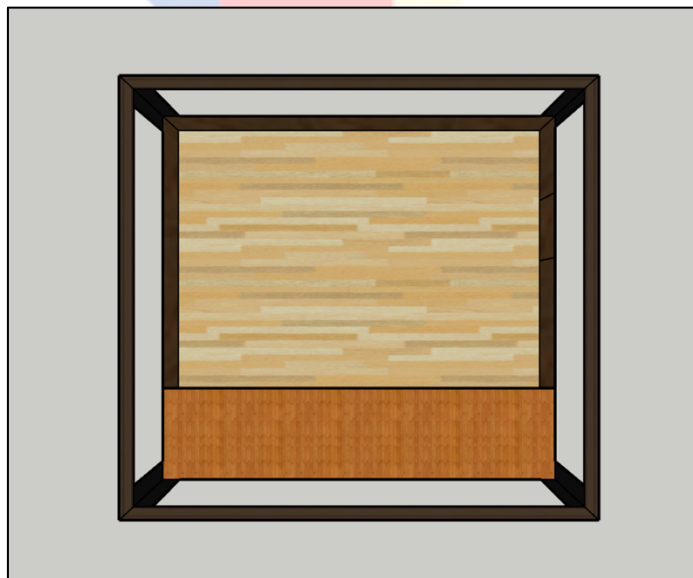
Gambar 4.5, 4.6, dan 4.7 merupakan sebuah ilustrasi model 3 dimensi dari *outlet* Ramuin yang berlokasi di Bandengan, Jakarta Utara. *Outlet* ini sebagai tempat dimana para pelanggan dapat membeli produk Ramuin secara langsung, atau sebagai tempat pengambilan pesanan untuk pembelian melalui Go Food, Grab Food, Shopee, maupun Tokopedia. Gambar 4.7. merupakan ilustrasi pada tampak atas. Pada pintu belakang

terhubung langsung dengan kantor dan pusat produksi Ramuin. Akan tetapi kegiatan produksi tidak akan mengganggu *outlet*.

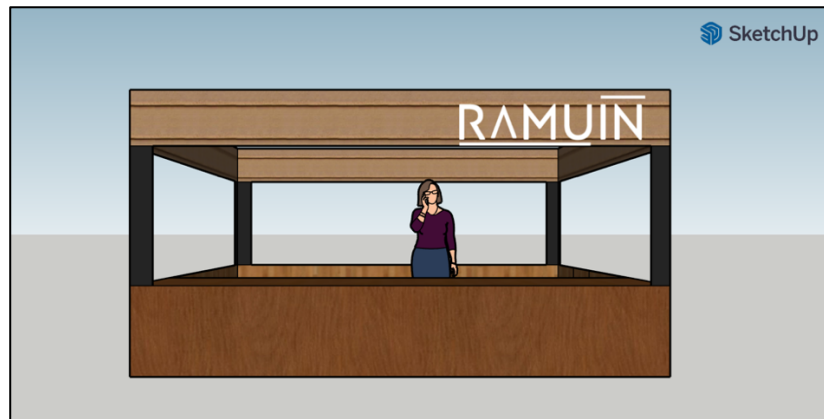


Gambar 4. 8 Denah *Central Kitchen* di Bandengan  
Sumber : dokumen pribadi

Gambar 4.8. merupakan ilustrasi denah dari central kitchen Ramuin di Bandengan, Jakarta Utara. Outlet akan dapat beroperasi secara terpisah dengan kantor dan ruang produksi. Selain itu terdapat gudang sebagai tempat penyimpanan Ramuin.



Gambar 4. 9 Ilustrasi *Outlet* Ramuin di Ashta Tampak Atas  
Sumber : dokumen pribadi

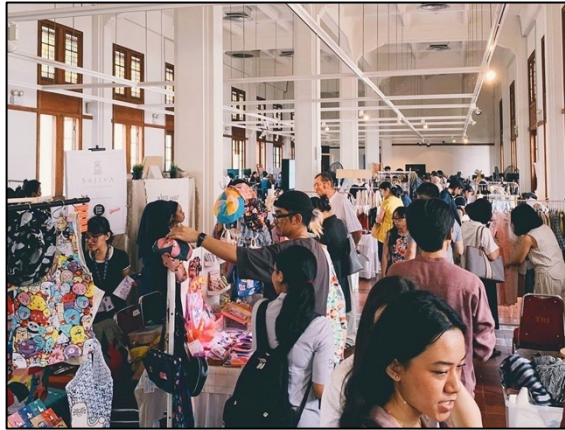


Gambar 4. 10 Ilustrasi *Outlet* Ramuin di Ashta District 8  
Sumber : Zomato.com

*Outlet* Ashta District 8 yang berlokasi di Senopati memiliki konsep *island booth* dengan ukuran 9 meter persegi. Pada *outlet* ini, para pelanggan dapat membeli produk Ramuin secara langsung, serta penerimaan pembelian melalui GoFood dan GrabFood. Gambar 4.9. dan 4.10. merupakan ilustrasi 3 dimensi dari tampak atas dan tampak depan. Nuansa *booth* akan didominasi dengan aksesoris kayu yang sesuai dengan konsep warna dasar Ramuin, dan menggambarkan kesan *earthy*.

- ***Pop Up Market***

*Pop-Up Market* merupakan bazar yang tersedia di suatu tempat tertentu dengan jangka waktu tertentu. Biasanya bazar ini menjual produk-produk budaya yang unik dan dengan kemasan yang menarik. Para pengunjung bazar ini mayoritas merupakan anak muda yang menghargai nilai budaya dan estetika. Salah satu contoh dari *pop-up market* yang ingin dituju oleh Ramuin merupakan Semasa.



Gambar 4. 11 Ilustrasi *Pop-Up Market*  
Sumber : Google.com



Gambar 4. 12 Iklan Semasa Piknik  
Sumber : Google.com

- **Komunitas sadar sehat**

Komunitas ini merupakan perkumpulan dari individual-individual yang memiliki perhatian lebih pada kesehatan dan bahan-bahan herbal untuk kesehatan. Salah satu target Ramuin adalah untuk melakukan penjualan dilakukan secara langsung dan terfokus pada komunitas tertentu.

- ***E-Commerce***

Ramuin akan melakukan distribusi di dalam dua saluran *e-commerce* yaitu Shopee dan Tokopedia. Shopee merupakan platform dengan *market share*

terbesar pada tahun 2018 dan 2019, sedangkan Tokopedia merupakan platform terbesar kedua di Indonesia. Penggunaan *e-commerce* diharapkan dapat meningkatkan *traffic* dan *exposure* produk Ramuin. Menurut Fauziah (2019:2) Shopee memiliki target konsumen utama yaitu perempuan sehingga hal ini sesuai dengan target utama konsumen yaitu wanita sebesar 75%.

- **Agen distribusi**

Ramuin akan bekerja sama dengan GoFood dan GrabFood untuk mempermudah aksesibilitas bagi konsumen yang berdomisili di Jakarta. Hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap *exposure* dan tingkat penjualan produk Ramuin.

#### 4.1.8 Cost Structure

Untuk harga produk, berasal dari Harga Pokok Penjualan ditambahkan dengan margin sebagai berikut.

Tabel 4. 8 Cost Structure

Cost Structure dalam rupiah					
No.	Nama Produk	HPP	%HPP	Margin	Harga Produk
1	Wedang Jahe Jeruk	9,575	31.92%	20,425	30,000
2	Bir Pletok Apel	8,965	29.88%	21,035	30,000
3	Wedang Jahe (Saset)	6,365	25.46%	18,635	25,000
4	Bir Pletok (Saset)	6,305	25.22%	18,695	25,000
5	Wedang Jahe <i>On The Go</i>	1,648	16.48%	8,352	10,000
6	Bir Pletok <i>On The Go</i>	1,644	16.44%	8,356	10,000

Sumber : dokumen pribadi

#### 4.1.9 Revenue Stream

Pemasukan utama Ramuin berasal dari penjualan produk yang tersedia dalam bentuk kantung saset, botol, gelas kertas dan *seasonal package*.

Tabel 4. 9 Revenue Stream

No.	Nama Produk	Penjelasan
1.	Ramuin kering	Ramuin kering dikemas dalam sebuah <i>standing pouch</i> besar berisi beberapa kemasan kantung teh. Di dalam satu kantung teh

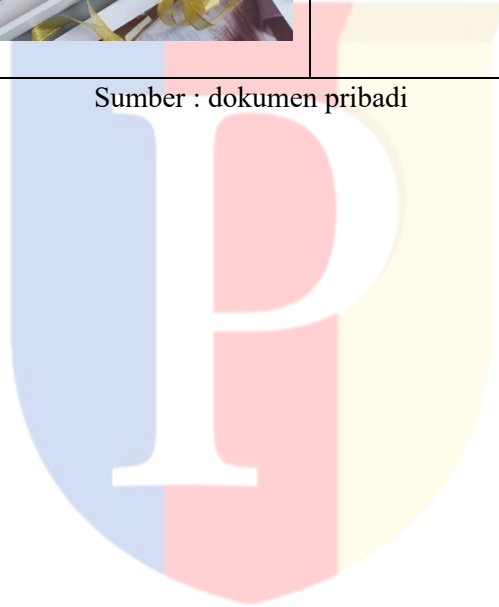


		<p>terdapat bahan-bahan minuman tradisional yang sudah dikeringkan dan dapat langsung diseduh untuk dikonsumsi.</p>
<p>2.</p>	<p>Ramuin <i>fusion</i></p> 	<p>Produk Ramuिन <i>fusion</i> merupakan produk botolan yang <i>fresh</i>. Produk ini merupakan perpaduan antara minuman tradisional dengan jus segar sehingga memberikan rasa yang unik. Produk dibuat tanpa menggunakan pengawet serta pewarna. Ramuिन <i>fusion</i> terdiri atas dua produk yaitu Wedang Jahe Jeruk dan Bir Pletok Apel.</p>
<p>3.</p>	<p>Ramuin <i>on-the-go</i></p> 	<p>Ramuिन <i>on-the-go</i> menjadi alternatif untuk konsumen yang sibuk namun ingin menikmati minuman tradisional yang berkhasiat saat sedang beraktivitas. Hadir dalam bentuk gelas kertas, Ramuिन memudahkan para konsumen untuk dapat langsung menyeduh dan menikmati minuman kapan pun dan dimana pun mereka berada. Produk hadir dengan kantong teh berisikan rempah-</p>



		rempah berkualitas dan gula saset yang terpisah.
4.	<p><i>Seasonal package</i></p> 	Paket ini tersedia secara eksklusif pada musim-musim tertentu seperti lebaran dan natalan. Paket ini dikemas dalam sebuah kotak dengan dekorasi yang menyesuaikan dengan tema promosi pada saat tertentu.

Sumber : dokumen pribadi



## 4.2 Harga Pokok Penjualan & Proses Produksi

### 4.2.1 Harga Pokok Penjualan

#### 1. Wedank Jahe Jeruk

Tabel 4. 10 HPP Wedank Jahe Jeruk

Nama Produk		Wedank Jahe Jeruk				
Jumlah Unit		10 botol				
No.	Nama	Jumlah	Satuan	Biaya Satuan (dalam rupiah)	Satuan	Food Cost (dalam rupiah)
1	Jahe	0.375	Gr	40,000	Kg	15,000
2	Malee Jus Jeruk Murni	1	L	30,000	L	30,000
3	Gula Merah	0.25	Kg	20,000	Kg	5,000
4	Sereh	5	Pcs	200	Pcs	1,000
5	Air	1500	MI	19,000	Galon	1,500
6	Daun Pandan	10	Pcs	200	Pcs	2,000
7	Botol Kaca	10	Pcs	3,500	Pcs	35,000
8	Stiker	10	Pcs	625	Pcs	6,250
Total biaya						95,750
Biaya per unit						9,575

Sumber : dokumen pribadi

## 2. Bir Pletok Apel

Tabel 4. 11 HPP Bir Pletok Apel

Nama Produk		Bir Pletok Apel				
Jumlah Unit		10 botol				
No.	Nama	Jumlah	Satuan	Biaya Satuan (dalam rupiah)	Satuan	<i>Food Cost</i> (dalam rupiah)
1	Air	1.8	L	19,000	Galon	1,800
2	Jahe	0.15	Kg	40,000	Kg	6,000
3	Kayu Secang	0.01	Kg	80,000	Kg	800
4	Pandan	10	Pcs	1,000	Pcs	10,000
5	Gula	0.25	Kg	14,000	Kg	3,500
6	Biji Pala	0.003	Kg	100,000	Kg	300
7	Sereh	5	Pcs	1,000	Pcs	5,000
8	Malee Jus Apel Murni	0.7	L	30,000	L	21,000
9	Botol Kaca	10	Pcs	3,500	Pcs	35,000
10	Stiker	10	Pcs	625	Pcs	6,250
Total biaya						89,650
Biaya per unit						8,965

Sumber : dokumen pribadi

### 3. Wedang Jahe (Saset)

Tabel 4. 12 HPP Wedang Jahe Saset

Nama Produk		Wedang Jahe Saset				
Jumlah Unit		2 <i>standing pouch</i> (10 kantong teh)				
No.	Nama	Jumlah	Satuan	Biaya Satuan (dalam rupiah)	Satuan	<i>Food Cost</i> (dalam rupiah)
1	Jahe Kering	0.05	Kg	70,000	Kg	3,500
2	Sereh Kering	0.01	Kg	38,000	Kg	380
3	Gula Aren	10	Pcs	325	Pcs	3,250
4	Kemasan Plastik	10	Pcs	40	Pcs	400
5	Kemasan Coklat	2	Pcs	1,500	Pcs	3,000
6	Stiker	2	Pcs	1,100	Pcs	2,200
Total biaya						12,730
Biaya per unit						6,365

Sumber : dokumen pribadi

#### 4. Bir Pletok (Saset)

Tabel 4. 13 HPP Bir Pletok Saset

Nama Produk		Bir Pletok Saset				
Jumlah Unit		2 <i>standing pouch</i> (10 kantong teh)				
No.	Nama	Jumlah	Satuan	Biaya Satuan (dalam rupiah)	Satuan	<i>Food Cost</i> (dalam rupiah)
1	Jahe Kering	0.05	Kg	70,000	Kg	3,500
2	Sereh Kering	0.01	Kg	38,000	Kg	380
3	Cengkeh	0.003	Kg	88,000	Kg	264
4	Kayu Secang	0.005	Kg	90,000	Kg	450
5	Gula Pasir	10	Pcs	250	Pcs	2,500
6	Kemasan Plastik	10	Pcs	40	Pcs	400
7	Kemasan Coklat	2	Pcs	1,500	Pcs	3,000
8	Stiker	2	Pcs	1,100	Pcs	2,200
Total biaya						12,694
Biaya per unit						6,347

Sumber : dokumen pribadi

## 5. Wedang Jahe *On-The-Go*

Tabel 4. 14 HPP Wedang Jahe *On-The-Go*

Nama Produk		Wedang Jahe <i>On-The-Go</i>				
Jumlah Unit		10 gelas				
No.	Nama	Jumlah	Satuan	Biaya Satuan (dalam rupiah)	Satuan	<i>Food Cost</i> (dalam rupiah)
1	Jahe Kering	0.05	Kg	70,000	Kg	3,500
2	Sereh Kering	0.01	Kg	38,000	Kg	380
3	Gula Aren	10	Pcs	325	Pcs	3,250
4	Kemasan Gelas	10	Pcs	560	Pcs	5,600
5	Stiker	10	Pcs	375	Pcs	3,750
Total biaya						16,480
Biaya per unit						1,648

Sumber : dokumen pribadi

## 7. Bir Pletok *On-The-Go*

Tabel 4. 15 HPP Bir Pletok *On-The-Go*

Nama Produk		Bir Pletok <i>On-The-Go</i>				
Jumlah Unit		10 gelas				
No.	Nama	Jumlah	Satuan	Biaya Satuan (dalam rupiah)	Satuan	<i>Food Cost</i> (dalam rupiah)
1	Jahe Kering	0.05	Kg	70,000	Kg	3,500
2	Sereh Kering	0.01	Kg	38,000	Kg	380
3	Cengkeh	0.003	Kg	88,000	Kg	264
4	Kayu Secang	0.005	Kg	90,000	Kg	450
5	Gula Pasir	10	Pcs	250	Pcs	2,500
5	Kemasan Gelas	10	Pcs	560	Pcs	5,600
6	Stiker	10	Pcs	375	Pcs	3,750
Total biaya						16,444
Biaya per unit						1,644

Sumber : data pribadi

## 4.2.2 Proses Produksi

### 1. Ramuin *fusion*



Gambar 4. 13 Proses Produksi Ramuin *Fusion*

Sumber : dokumen pribadi

- Kemasan botol dibersihkan terlebih dahulu melalui proses pemanasan.
- Seluruh bahan baku direbus terlebih dahulu untuk menghasilkan minuman tradisional.
- Minuman tradisional dicampurkan dengan jus, menghasilkan minuman tradisional *fusion*.
- Minuman dibagikan secara merata ke dalam masing-masing botol.

### 2. Ramuin kering



Gambar 4. 14 Proses Produksi Ramuin Kering

Sumber : dokumen pribadi



- Bahan baku dikeringkan dengan oven pengering tipe KD-75AS dengan *power* 3000 watt berkapasitas 4 *deck*. Oven ini bervolume 225 liter dengan berat 93 kg.
- Bahan yang sudah dikeringkan kemudian dihaluskan dengan mesin pengiling tipe FCT-Z500 dengan *power* 1500 watt dengan kecepatan mesin 28.000 dan kapasitas 0.5 kg. Dengan tingkat kehalusannya adalah 20-180 mesh.
- Bahan yang sudah dihaluskan akan dimasukkan ke dalam mesin pengemas teh. Mesin pengemas teh dengan model MSP-TB-30+label. Ukuran kantung teh yang digunakan adalah sebesar 65x54 mm dengan label kantung the berukuran 25x48 mm. Mesin ini dapat menghasilkan 30-40 kantung teh per menitnya.
- Kantung teh dan gula sasetan dikemas secara manual dalam kemasan plastik.
- Lima buah kemasan plastik kemudian dimasukkan ke dalam *standing pouch* beserta dengan *silica gel*.
- *Standing pouch* kertas disegel dengan mesin *continuous band sealer* FR 800PH dengan daya listrik 500 watt dan kecepatan segel 0-12 meter/menit serta tipe cetak yang digunakan adalah *steel wheel printing*.

### 3. Ramuin *On-The Go*



Gambar 4. 15 Proses Produksi Ramuin *On-The-Go*

Sumber : dokumen pribadi

- Bahan baku dikeringkan dengan oven pengering tipe KD-75AS dengan *power* 3000 watt berkapasitas 4 *deck*. Oven ini bervolume 225 liter dengan berat 93 kg.
- Bahan yang sudah dikeringkan kemudian dihaluskan dengan mesin pengiling tipe FCT-Z500 dengan *power* 1500 watt dengan kecepatan mesin 28.000 dan kapasitas 0.5 kg. Dengan tingkat kehalusannya adalah 20-180 mesh.
- Bahan yang sudah dihaluskan akan dimasukkan ke dalam mesin pengemas teh. Mesin pengemas teh dengan model MSP-TB-30+label. Ukuran kantung teh yang digunakan adalah sebesar 65x54 mm dengan label kantung the berukuran 25x48 mm. Mesin ini dapat menghasilkan 30-40 kantung teh per menitnya.
- Kantung teh dan gula sasetan dikemas secara manual dalam gelas kertas.
- Gelas kertas disegel dengan mesin penyegel plastik tipe BS-260 dengan kapasitas 15 meter per menit.

#### 4.3 Pihak Terkait Lainnya

Berikut merupakan beberapa pihak lain yang merupakan *partner* kerja sama dari Ramuin.

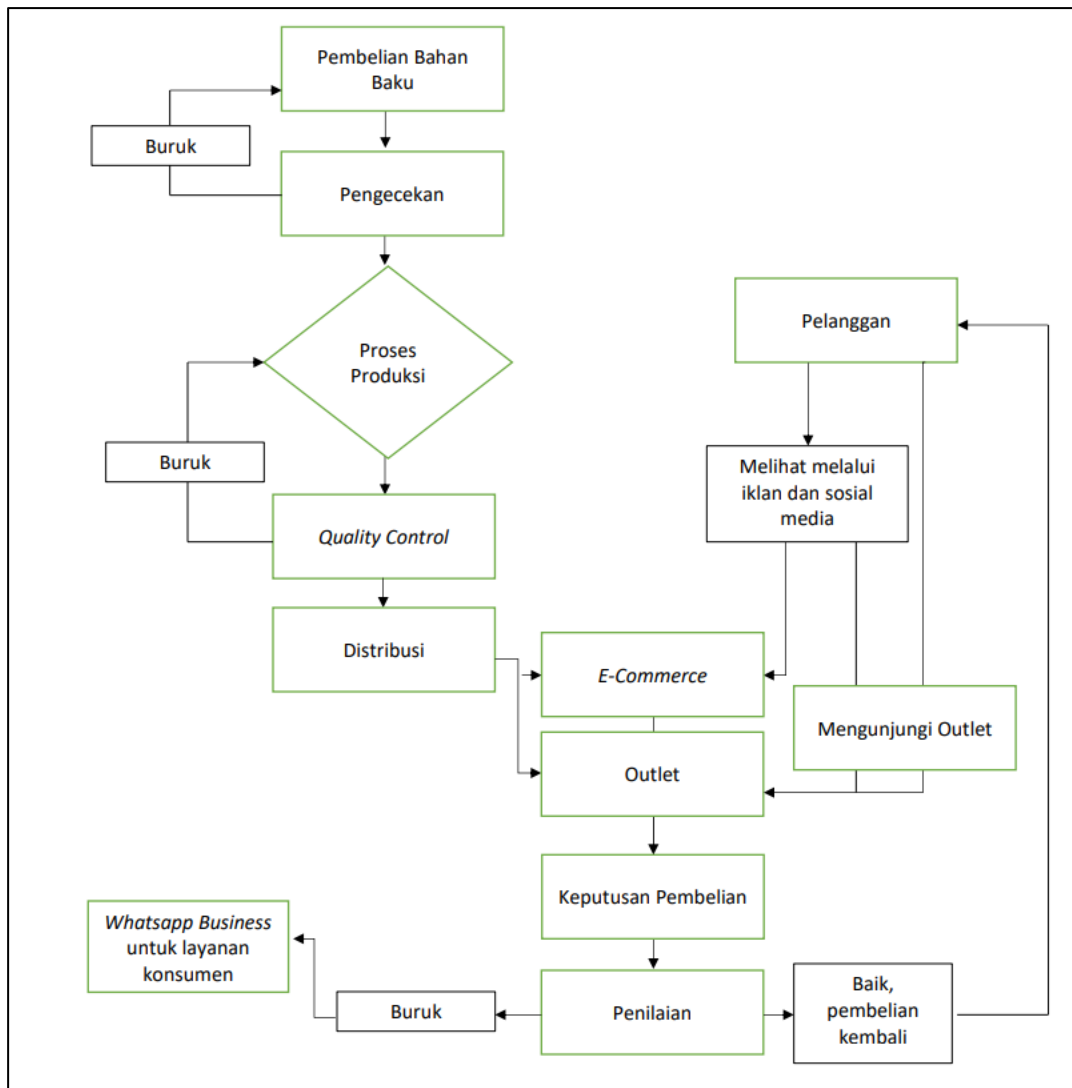
Tabel 4. 16 Pihak Terkait Lainnya

No.	Nama Perusahaan	Fungsi
1.	Badan Pengawas Obat dan Makanan 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk mendapatkan sertifikasi BPOM sehingga produk Ramuin sudah terjamin kelayakannya.</li> <li>• Bentuk pengujian yang dilakukan tercatat dalam PP. No 32 Tahun 2017 pada bahan olahan kategori 14 dan Sertifikasi Cara Produksi Pangan Olahan.</li> </ul>
2.	Legalitas Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legalitas Perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang membantu untuk pembuatan PT.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dengan paket pembuatan PT yang akan didapatkan secara langsung adalah NPWP, SIUP, SKT dan Izin Lokasi.</li> </ul>
3.	<p>Majelis Ulama Indonesia</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk mendapatkan sertifikasi halal sehingga dapat melakukan perluasan usaha.</li> </ul>

Sumber : dokumen pribadi

#### 4.4 Alur Proses Bisnis



Gambar 4. 16 Alur Proses Bisnis  
Sumber : dokumen Ramuin

#### Alur produksi

1. Proses dimulai dengan pembelian bahan baku dari penyedia bahan baku
2. Kemudian bahan yang sudah diterima akan melalui proses pengecekan oleh tim produksi. Jika bahan baku tidak mencapai standar kualitas yang ditentukan maka akan dilakukan retur.
3. Jika bahan baku baik, maka selanjutnya akan digunakan untuk proses produksi
4. Setelah diproduksi maka akan dilakukan pengecekan kualitas barang oleh tim produksi. Jika barang tersebut tidak layak dijual, maka tidak akan digunakan.
5. Barang yang layak untuk dijual akan didistribusikan melalui platform *e-commerce* dan *outlet*.

### Alur konsumen

1. Para konsumen mengetahui mengenai Ramuin melalui iklan dan media sosial, atau mengunjungi *outlet* Ramuin secara langsung.
2. Selanjutnya masuk ke proses keputusan pembelian produk Ramuin.
3. Setelah mengonsumsi produk Ramuin, maka konsumen akan memberikan penilaian apakah produk memenuhi atau tidak memenuhi ekspektasi.
4. Jika memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan melakukan pembelian kembali.
5. Jika tidak memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan menghubungi *Whatsapp Business* untuk layanan konsumen Ramuin.

### Alur proses melalui *e-commerce* (Shopee dan Tokopedia) serta agen distribusi (GoFood dan GrabFood)

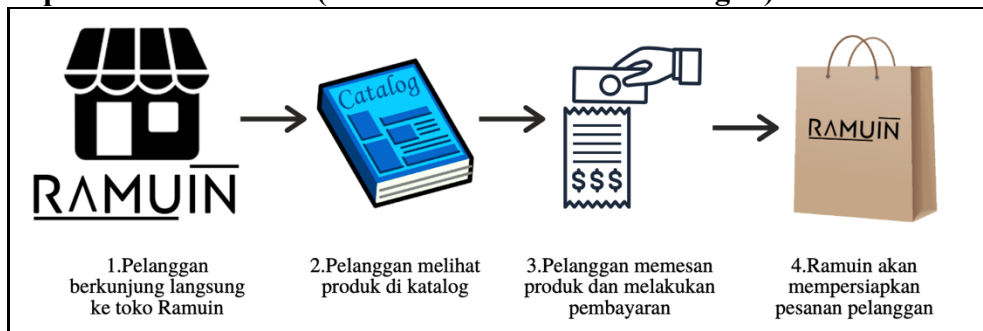


Gambar 4. 17 Alur Proses *E-Commerce*

Sumber : dokumen pribadi

- Pelanggan menemukan toko Ramuin pada aplikasi
- Pelanggan melihat produk pada katalog
- Memasukkan produk yang diinginkan ke keranjang dan melakukan pembayaran
- Ramuin akan mempersiapkan pesanan pelanggan dan melakukan pengiriman

### Alur proses melalui toko (Ashta District 8 dan Bandengan)



Gambar 4. 18 Alur Proses Toko Ramuin

Sumber : dokumen pribadi

- Pelanggan berkunjung langsung ke toko Ramuin
- Pelanggan melihat produk di katalog
- Pelanggan memesan produk dan melakukan pembayaran
- Ramuin akan mempersiapkan pesanan pelanggan

